

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU:

- Aaker, David A. dan Alexander L. Biel. (2009). *Brand equity And adversiting: Adversiting Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates. Inc, Hillsdale.
- Akbar, Husaini Usman dan Purnomo, Setiadi. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Akdon & Ridwan. (2008). *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian Untuk Administrasi & Manajemen*. Bandung: Dewa Ruchi.
- Amstrong G. & Kotler P. (1997). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Cetakan Pertama*. Jakarta : Erlangga.
- Andreasen, Kotler. (1995). *Strategi Pemasaran Untuk Organisasi Nirlaba, Edisi Ketiga*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Azwar, Syaifudin. (2001). *Metode Penelitian, Edisi 1, Cetakan Ke 3*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome Mccarthy. (2008). Alih Bahasa : Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Dasar-Dasar Pemasaran : Pendekatan Manajerial Global. Buku 2. Edisi 16*. Jakarta : Salemba Empat.
- Daniel, Moehar. (2002). *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Indrawan R. dan Yaniawati P. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Campuran Untuk Manajemen, Pembangunan dan Pendidikan (Revisi)*. PT Refika Aditama: Bandung.
- Dawud, Imam Abi. *Shahih Sunan Abi Dawud*, Jilid II, Riyad: Maktabah Al-Ma'arif, 1998:362.
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip & Amstrong G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Keduabelas, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler dan Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & AmstrongG. (2010). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas*. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajad. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3*. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mankiw N, Gregory, et al. (2012). *Pengantar Ekonomi Makro*. Jakarta : Salemba Empat.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

- Robert Pindyck & Daniel L. Rubinfeld. (2007). *Mikro Ekonomi Edisi Keenam*. Indeks: Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen, Edisi 7*. Jakarta : Indeks.
- Stanton, William J., (1991). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Stanton, William J., (1991). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto, Kamanto. (2004). *Pengantar Sosiologi (Edisi Ketiga)*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Surachman. (2008). *Dasar-Dasar Manajemen Merek (Alat Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan)*. Malang : Bayu media Publishing.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sutisna, (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Cetakan Ketiga*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2005). *Asas-Asas Marketing*. Liberty : Yogyakarta.

Swastha, Basu. (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPFE UGM.

Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.

William J. Stanton. (2009). *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Ketujuh, Jilid Ke 1*. Jakarta : Erlangga.

#### JURNAL :

Adam, Akbar. (2012). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi, Vol.12. No.2. Universitas Gunadarma. Depok, (<http://eprints.undip.ac.id/58486/>). Diakses pada tanggal 20 Januari 2021, Pukul 09.00.

Agung Kresnamurti R.P dan Ariani Putri. (2012). “*Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Oli Federal di Wilayah Jakarta Timur*”, *Econo Sains*, Vol. 10. No. 1, (<https://doi.org/10.21009/econosains.0101.01>). Diakses pada tanggal 16 Februari 2021, Pukul 06.00.

Amalia, Suri & M. Oloan Asmara Nst (2017). “*Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6 No. 1, (<https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/504444>). Diakses pada tanggal 05 Oktober 2020, Pukul 23.00.

Amrullah, AR, dan Agustin, S. (2016). “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat*”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, (Online). Vol.5.No.7. (<https://Ejournal.Stiesia.Ac.Id>). Diakses pada tanggal 10 November 2020, Pukul 19.00.



- Efendi, Moch. Zaenal. (2017). “*Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian di kecamatan Mojo Kediri*”. ISSN. Vol. 01 No. 03, ([http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file\\_artikel/2017/e950caf73fbeat89ecd82cfcd10bac34e.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/e950caf73fbeat89ecd82cfcd10bac34e.pdf)). Diakses pada tanggal 05 Oktober 2020, Pukul 11.00.
- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). *Brand Image, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Emba, 3(1), 367-377. (<https://doi.org/ISSN2303-1174>). Diakses pada tanggal 05 Oktober 2020, Pukul 05.00.
- Harun Al Rasyid, Agus Tri Indah. (2018). “*Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*”. ISSN. Vol.16, No. 1, (<https://doi.org/10.31294/jp.v16i1.3031>). Diakses pada tanggal 17 Oktober 2020, Pukul 09.00.
- Hikmawati, Kuncoro A., Arifin, Zainul., Hidayat, Kadarisman. (2016), “*Pengaruh Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Survei terhadap Mahasiswa peserta Telkomsel Apprentice Program Pembeli Kartu SimPATI di GraPARI Telkomsel Malang)*”, Jurnal Adminidtrasi Bisnis (JAB)/ Vol.37 No.2 , Malang, (<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/1450>). Diakses pada tanggal 10 Februari 2021, Pukul 22.00.
- Lubis, Desy Irana Dewi & Rahmat Hidayat. (2017). “*Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*”. Jurnal Ilman. Vol.5.No.1. (<http://Journals.Synthesispublication.Org/Indeks.Php/Ilman>). Diakses pada tanggal 28 Oktober 2020, Pukul 16.00.

Lutfi, Faisal (2019). “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian WI-FI ID di WI-FI CORNER Uteran Madiun*”, (<http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/8279>). Diakses pada tanggal 30 Oktober 2020, Pukul 18.30.

Mahanani, Estu. (2018) “Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com” *Ikraith-humaniora*. Vol. 2 No. 1, (<https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/227>). Diakses pada tanggal 13 Februari 2021, Pukul 10.00.

Marbun, Tio Fanta Sulastri (2017). “*Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Cikarang Utara*”, (<http://repository.pelitabangsa.ac.id/xmlui/handle/123456789/54>). Diakses pada tanggal 04 November 2020, Pukul 08.00.

Musthofah (2019). “*Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Chatime Kota Malang)*”. (<http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/60300>). Diakses pada tanggal 11 Februari 2020, Pukul 12.00.

Nadyakarina, Ayu Vidya. (2017). “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (MC DONALD EPICENTRUM PLAZA FESTIVAL)*”, ([http://digilib.perbanas.id/index.php?p=show\\_detail&id=12486](http://digilib.perbanas.id/index.php?p=show_detail&id=12486)). Diakses pada tanggal 11 Desember 2020, Pukul 14.00.

Pramudi, H. (2015). *Kemampuan Pengambilan Keputusan Karir Siswa Kelas Xi Di Sma Negeri 1 Kutasari Purbalingga*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta, (<https://eprints.uny.ac.id/13012/>). Diakses pada tanggal 20 Desember 2020, Pukul 21.00.

Setiawan, Dodik (2016). “*Pengaruh Harga , Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer (Studi Kasus Pada Siswa Kelas 2 Ips SMA 1 Kawedanan Kab. Magetan)*” (<http://eprints.umpo.ac.id/2431/>). Diakses pada tanggal 08 Februari 2021, Pukul 15.00.

Sulistiyawati, Praba. (2011). “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang”. (<http://eprints.undip.ac.id/26500/>). Diakses pada tanggal 20 Desember 2020, Pukul 11.30.

Wulandary, Risky Desti, & Donant Alananto Iskandar (2018). “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Viva Kosmetik*”, jurnal manajemen dan bisnis, vol. 3 no. 1. (<https://doi.org/10.36226/jrmb.v3i1.81>). Diakses pada tanggal 20 Desember 2020, Pukul 11.00.

#### **SKRIPSI:**

Arista, Isnaini Widya Nur. “*Mekanisme Penetapan Harga Atas Jual Beli Sepeda Motor Bekas di UD Maryono Motor Colomadu Dalam Pandangan Ekonomi Islam*”, Skripsi, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri, Surakarta, 2018. Diakses pada tanggal 20 Desember 2020, pukul 13.00.

Kusuma, Setiawan, S. “*Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Batik di Pasar Beringharjo Yogyakarta*”, Skripsi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2019. Diakses pada tanggal 14 Februari 2021, pukul 08.00.

Romadhoni, Muhammad. “Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY”, Skripsi, Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri, Yogyakarta, 2015. Diakses pada tanggal 21 Januari 2021, pukul 13.00.

Susanti, Tina. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Tembalang, Semarang)*”, Skripsi, Fakultas ekonomi dan bisnis universitas diponegoro, Semarang, 2012. Diakses pada tanggal 03 Februari 2021, pukul 17.00.

Wardani, Hetty Sri. “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah Boutique Tlogosari Semarang*”, Skripsi Universitas Islam Wali Songo, Semarang, 2015. diakses pada tanggal 11 Januari 2021, Pukul 21.00.

